

浅析煤炭企业营销创新的思路

文/崔峙峰

营销工作是企业维持再生产重要工作，营销创新是企业生存与发展的有效手段，是提高企业市场竞争力最根本、最有效的途径。

鉴于市场经济要求营销创新之迫切，下面就煤炭企业营销创新的思路谈以下看法：

一、煤炭企业营销工作面临的挑战

我国的煤炭企业经历了由计划经济体制到市场经济体制、由多年的统购统销到现在的自负盈亏、自我发展的公司制企业，煤炭企业的营销发生了重大的变革，对中国煤炭企业来说，既有机遇，又有挑战，主要表现在：

1、成本的挑战。随着矿井开采年限返延长、采深加大、人力成本的提高，国企的“大社会”包袱、运费的提高及环保的重视，都使得煤炭产品的成本上升，使营销工作面临着成本的挑战。

2、新技术人才的挑战。煤炭企业现实中来看，营销人员的素质还有待提高，因此说煤炭营销面临着新技术人才的挑战。

3、机制的挑战。同国内其它行业的先进企业及跨国公司成熟的营销机制相比，煤炭营销机制面临着巨大的变革压力和挑战。

4、国际的挑战。现我国已成为WTO成员国，这意味着中国将向世界开放煤炭市场，像俄罗斯、澳大利亚、印尼等国的低价煤炭就会进入我国煤炭市场，而我国的煤炭产品竞争力不强，来自国际上的挑战会蜂拥而来。

二、煤炭企业营销创新思路

基于新经济时代给煤炭营销工作带来了四大挑战，也就把煤炭企业带入了“竞争”时代，营销人员必须理性的分析市场，寻找市场机遇，在营销中创新。煤炭营销创新的思想主要有以下六个方面：

1、观念创新

观念是人们对客观事物的看法，是企业开展营销活动的指导思想，是营销创新的灵魂所在，要想做好，应做到以下几点：

第一，树立正确的市场意识，以用户为中心，把营销工作放在探索和满足用户现实的及潜在的需求上来。

第二，树立正确的质量意识，应该认识到产品的质量不但是技术质量，还包括用户认知的质量，这是用户是否接受本企业产品的重要影响因素。稳定的质量形成品牌意识，为本企业煤炭产品取得了通向国内外市场的“通行证”。

第三，强化合作意识。要选好合作伙伴，选定最佳的联合形式和联合原则，风险共担，利益共享，用规模化来增加营销优势。

2、体制创新

营销体制创新是企业生存发展的基础，把营销质量、营销效益、货款回收等与销售人员的收入进行风险挂钩，激励营销人员的积极性和主动性。建立既重使用又重培育新技术人才的营销体制。

3、战略创新

营销战略依附于企业性质、经营宗旨、经营范围、总体战略而产生，它是企业经营面临的首要问题，煤炭企业营销战略创新应做好以下几方面。

第一，企业资源的调配要更加迅速集中，企业通过购买运销渠道、铁路、海港码头或对其部分持股，分享利益，大幅度降低营销费用。

第二，企业营销战略要有灵活的调整能力。

第三，战略的组合要根据企业自身的情况而定，新形势下，战略新品种新组合不断出现，不同地区不同时期不同产品需要不同的战略组合来适应它。

4、市场创新

企业的市场竞争战略无非有三种：无差异、差异化和集中营销战略。买方市场条件下尤其是要倍加关注后两种。市场创新有两种途径：

第一，除选择煤矿企业有能力进入并获得收益的目标市场外，还包括新市场的进占和拓展，拾遗补缺，满足市场需求及潜在市场需求。比如，开滦集团公司，在保持和提高了华北、华南、华东煤炭市场的同时，开拓了东北市场，并积极组织开拓国际市场。成功的运用了市场创新。

第二，根据商品市场的周期规律寻找商机。煤炭产品因取暖等因素具有季节周期性，但是国

内地域广阔，南北差距大，市场不同，并且国外市场更是广泛，完成了市场上的创新，也就为企业寻找到了“一块‘利润宝地’”。

5、渠道创新

选择良好的营销渠道，也是营销的重要环节，煤炭营销一般采用直销的方式大量地连续地供给电厂、钢厂、化工厂，除直销外，近几年开始采用设立办事处和代理的方式，使企业更贴近用户，贴近市场，也有利于交流和沟通，并开通网络营销，开展了不受时空限制的一对一的购销交流，这就扩大了市场范围和用户范围。为企业大力开拓市场、大幅降低营销成本提供了可能。

6、服务创新

由于煤炭产品同质性强，差异化小，因此，服务在煤炭营销中更显重要，是服务使企业在竞争中脱颖而出。在重点搞好售后服务的同时，开展在销售前和销售过程服务创新工作，形成全用户、全方位、全过程的新式服务。

由以上可知，营销创新对于煤炭工业的重要性和紧迫性，比如开滦集团公司，在建立现代化企业制度的同时，建立了统一的管理运销公司和分布全国的销售分公司，采取了灵活的营销激励约束机制，营销取得了巨大的成绩，在营销观念、市场、服务方面都有许多的创新，在战略和技术创新上，成立了精煤公司，建立了京唐港码头，立志要建成一流的洗煤、选煤基地，通过产品深加工实施技术创新，成立了局域网。确保营销渠道的畅通。制定了开滦集团公司长远发展战略，都为营销创新提供了良好的基础。

总之，我们相信，煤炭企业在制度创新、营销创新的基础上，励精图治、面向世界、练好内功，会把做大做强煤炭集团公司展现在全球化经济大市场面前（作者单位：开滦精煤股份有限公司）

相关链接

[印象符号传播在广告营销中的应用问题研究](#)
[浅析企业如何提高“体验式”营销水平](#)
[如何对房地产营销人员进行有效培训](#)
[浅析煤炭企业营销创新的思路](#)
[中小企业销售瓶颈分析](#)
[浅析我国的娱乐营销模式](#)
[现代电力市场营销策略的研究](#)
[论农药连锁经营的意义和途径](#)
[商用美术作品知识产权保护应坚持的原则](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心